

**Los productos electrónicos de información
de la OPS
Una evaluación de los usuarios**

Área de Publicaciones
Diciembre de 2005

Resumen:

Mediante técnicas de encuestas en línea se recopilaron durante cuatro meses un total de 1422 respuestas de usuarios de productos electrónicos de información de la OPS. Los resultados permiten analizar, además del perfil básico de los usuarios tales como su país de residencia y ocupación, sus prácticas de gestión de información: horas semanales de uso de internet, fuentes de información utilizadas, tipo de información que necesitan, prácticas referidas a adquisición de información paga o gratuita en Internet. Asimismo, las respuestas permiten realizar una evaluación primaria de los usuarios los servicios de la librería en línea y de la Editorial OPS, basada en las opiniones de los usuarios..

En el total de respuestas válidas (1362), figuran usuarios de 83 países de todo el mundo y el 81% son de países de las Américas y el 19% provienen de fuera de las Américas. Los incentivos y estímulos juegan un papel importante en la posibilidad de capturar mayor cantidad de respuestas. El universo de lectores encuestados revela un uso muy frecuente de internet como herramienta de búsqueda y procura de información, y casi la mitad informa usar internet más de 10 horas semanales.

Los usuarios evalúan los servicios de la librería en línea y de los sitios electrónicos de forma muy positiva y realizan algunas sugerencias para su desarrollo.

Contenido

<i>1. Introducción</i>	4
<i>2. Material y métodos</i>	5
<i>3. Resultados</i>	8
3.1 Datos básicos de demografía	
3.2 Internet como fuente de información	
3.3 Cómo evalúan los usuarios la librería en línea	
3.4 Cómo evalúan los usuarios los sitios electrónicos	
<i>4. Principales hallazgos y conclusiones</i>	20

Índice de cuadros

Cuadro 1	Puntos de recolección de encuestas en línea
Cuadro 2	Los países con 20 o más respuestas
Cuadro 3	La ocupación de los visitantes
Cuadro 4	Áreas de trabajo y estudio de los visitantes
Cuadro 5	Porcentaje de la información que los usuarios obtienen de internet (comparado a otras fuentes)
Cuadro 6	Tipo de información que los usuarios buscan en internet
Cuadro 7	Razones por las que los usuarios compran información por internet
Cuadro 8	Razones por las que los usuarios no compran información por internet
Cuadro 9	Origen de las respuestas recibidas en la Librería en línea (porcentajes del total de respuestas)
Cuadro 10	Cómo se enteró de la librería en línea
Cuadro 11	Opinión sobre la posibilidad de leer gratuitamente una sección de un libro
Cuadro 12	Opinión sobre las distintas secciones de la librería
Cuadro 13	Cómo llegó a la página de la Editorial OPS

Índice de figuras

Figura 1	Origen de las visitas / región
Figura 2	Horas semanales que los visitantes usan internet
Figura 3	Prácticas de adquisición de información en internet
Figura 4	Navegabilidad: opinión sobre los servicios de la librería en línea

1. Introducción

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) otorga una importancia trascendental a la evaluación y las opiniones de los usuarios y destinatarios de sus productos y servicios de información. En esta dirección, el área de Publicaciones ha estado consecuentemente abocada a la identificación e implementación de estrategias que permitan comprender a cabalidad las necesidades de información de los lectores y conocer sus valoraciones sobre los productos y servicios de la OPS, para poder así brindar servicios relevantes a los distintos segmentos de público.

En esa dirección, Publicaciones ha buscado la ampliación de las posibilidades de uso de internet para la recolección y captura de las opiniones de los usuarios y de sus necesidades de información. Una de las estrategias aplicadas en años anteriores (2002-2005) comprendió la inclusión en toda publicación de la OPS en texto completo accesible en Internet de mecanismos en línea simples y sencillos para recolectar las opiniones de sus usuarios y recoger información sobre el perfil del público que hace uso de los productos de información de la OPS. El estudio de 2217 encuestas en línea respondidas entre 2002 y 2005 por visitantes al sitio de la OPS al momento de descargar publicaciones de la OPS a texto completo permitió el análisis de variables de tipo demográfico, así como opiniones de las publicaciones de la OPS, las necesidades de información de los usuarios, su nivel de acceso a tecnología y prácticas de uso de Internet. ⁽¹⁾

Con base en las experiencias acumuladas en el período anterior, durante 2005 se implementaron tres mecanismos diferentes, tanto para acopiar opiniones de usuarios de publicaciones de la OPS (cuyo texto completo o capítulos se ofrece gratuitamente en los sitios de la OPS), como para evaluar dos mecanismos de provisión de información: la librería en línea (<http://publications.paho.org>) y los sitios electrónicos temáticos de la OPS (www.paho.org/editorial).

⁽¹⁾ Ver: *Publicaciones electrónicas de la OPS. La opinión de los usuarios*, febrero de 2005. El informe completo puede consultarse en el sitio de la Editorial OPS.

2. Material y métodos

A partir de agosto de 2005 se instalaron tres formularios de encuesta en línea en tres puntos específicos de servicios de internet de la OPS:

1. En la portada de la librería en línea y en varias páginas interiores, otorgándose como incentivo el sorteo de una suscripción gratuita a la colección electrónica de la OPS entre los primeros 100 usuarios que contestaran la encuesta.
2. En la portada de la Editorial OPS, sitios electrónicos temáticos, a fin de evaluar sus servicios y alcance. En este caso no ofreció incentivo alguno a quienes respondieran la encuesta.
3. En una serie de publicaciones o servicios de información de la OPS (capítulos de libros, artículos de la *Revista Panamericana de Salud Pública*) que se ofrecen gratuitamente en el sitio web de la OPS o en la librería en línea de la OPS. Para acceder a la información los visitantes debían obligatoriamente completar una encuesta en línea. Al completarla, los visitantes podían acceder a la publicación en cuestión, al tiempo que su respuesta se almacenaba automáticamente en un archivo de formato base de datos (.dat), que se analizaría oportunamente con un programa de procesamiento de encuestas (Survey Crafter Professional versión 3.3). Las encuestas interceptaron 21 productos de información (8 en inglés y 13 en español). El cuadro 1 presenta los resultados obtenidos.

Durante los cuatro meses transcurridos entre el 20 de agosto de 2005 y el 20 de diciembre de 2005 se recogieron 1422 respuestas, distribuidas según la relación presentada en el cuadro 1. Las encuestas aplicadas en capítulos de libros o en artículos recogieron 967 respuestas, mientras que la encuesta sobre la librería en línea generó 404 respuestas (los dos idiomas combinados) y 51 usuarios respondieron la encuesta de evaluación sobre los sitios electrónicos de la OPS. Los tres productos de información que individualmente capturaron mayor cantidad de respuestas fueron: la librería en línea en español (274 respuestas); un capítulo del libro *Atención comunitaria a personas con trastornos psicóticos* (181 respuestas) y un capítulo del libro *Mejoremos la salud a todas las edades* (144 respuestas).

El mecanismo de encuesta se incorporó en la mayoría de los productos al principio del período (agosto de 2005), aunque en algunos casos se hizo ya avanzado el período, como es el caso de las Guías de inmunización que se publicaron a fines de 2005. Es de hacer notar que las visitas y accesos que las publicaciones en cuestión hayan recibido en el período pueden superar ampliamente esta cantidad de respuestas, dado que los usuarios pueden acceder a la página que brinda entrada a las publicaciones por otras vías capaces de omitir el pasaje por la encuesta obligatoria.

Cuadro 1
Puntos de recolección de encuestas en línea

Producto de información	Idioma	Ubicación	Encuestas
Librería en línea, encuesta de evaluación del servicio	Español	Librería	274
Capítulo del libro <i>Atención comunitaria a personas con trastornos psíquicos</i>	Español	Librería	181
Capítulo del libro <i>Mejoremos la salud a todas las edades</i>	Español	Librería	144
Online Bookstore, encuesta de evaluación del servicio	Inglés	Librería	130
Capítulo del libro <i>Youth: Choices and Changes</i>	Inglés	Librería y sitio de la OPS	111
Capítulo del libro: <i>Vacunas. Prevención de enfermedades y protección de la salud</i>	Español	Librería y sitio de la OPS	81
Capítulo del libro <i>La obesidad en la pobreza: un nuevo reto para la salud pública</i>	Español	Librería	75
Capítulo del libro <i>El VIH/SIDA en los países de América Latina</i>	Español	Librería	57
Capítulo del libro <i>Promoting Oral Health</i>	Inglés	Librería y sitio de la OPS	56
Editorial OPS, encuesta de evaluación del servicio	Español	Editorial OPS	51
Capítulo del libro <i>El género y la reforma del sector salud</i>	Español	Sitio de la OPS	34
Capítulo del libro <i>Vaccines. Preventing Disease and Promoting Health</i>	Inglés	Librería y sitio de la OPS	30
Capítulo del libro <i>Building Better Health (I)</i>	Inglés	Librería	29
Capítulo del libro <i>Incorporar la perspectiva de género en la equidad en la salud</i>	Español	Sitio de la OPS	27
Artículo <i>Revista Panamericana: Infectious disease risks from dead bodies following disasters</i>	Inglés	Librería	21
Capítulo del libro <i>Building Better Health (II)</i>	Inglés	Librería	21
Capítulo del libro <i>Eliminación del tétanos neonatal</i>	Español	Sitio de la OPS	20
Información: <i>Diferencias entre la CIE10 y la CIEO</i>	Español	Librería	19
Capítulo del libro <i>Ataque cardíaco y accidente cardiovascular. Prevención</i>	Español	Librería	19
Capítulo del libro <i>Violence Against Women</i>	Inglés	Librería	16
Capítulo del libro <i>Control de la fiebre amarilla</i>	Español	Sitio de la OPS	12
Capítulo del libro <i>Measles Elimination</i>	Inglés	Sitio de la OPS	9
Capítulo del libro <i>Control of Yellow Fever</i>	Inglés	Sitio de la OPS	3
Capítulo del libro <i>Costo de las enfermedades nosocomiales.</i>	Español	Sitio de la OPS	2

Para la recolección de opiniones, se diseñaron tres diferentes formularios de encuesta, de acuerdo a la ubicación en los puntos elegidos: (i) capítulos o artículos de acceso gratuito; (ii) evaluación de la librería en línea; (iii) evaluación de los sitios electrónicos o Editorial OPS. En el primer caso, capítulos o artículos, se interceptaron los mismos solicitando al usuario la respuesta a la encuesta para poder luego bajar la información gratuita. Los formularios utilizados se adjuntan en el anexo 1.

Los tres formularios incluyeron un grupo de preguntas comunes que hacen al perfil del usuario/visitante (país y ciudad donde vive y ocupación actual). Los formularios de la librería en línea y de la Editorial OPS, además de las preguntas básicas de identificación, incluyeron otra batería de preguntas referidas a los servicios de la librería en línea y de la Editorial OPS, respectivamente: desde cómo se había enterado el visitante de la librería o de la Editorial, frecuencia de visitas, opinión de los servicios y valoración de la utilidad de las secciones e información disponibles.

A diferencia de los formularios de la librería en línea y de la Editorial OPS, el formulario utilizado en capítulos y artículos enfatizó las prácticas de gestión de información por parte de los visitantes: horas semanales de uso de internet, fuentes de información utilizadas, tipo de información que se buscan, prácticas referidas a adquisición de información paga o gratuita en Internet.

3. Resultados

3.1 Datos básicos de demografía

- *¿Quiénes son de los usuarios?*

Las preguntas comunes a los tres dispositivos se refieren a datos básicos de identificación: país y ciudad donde vive quien responde la encuesta y a su ocupación e institución en la que trabaja.

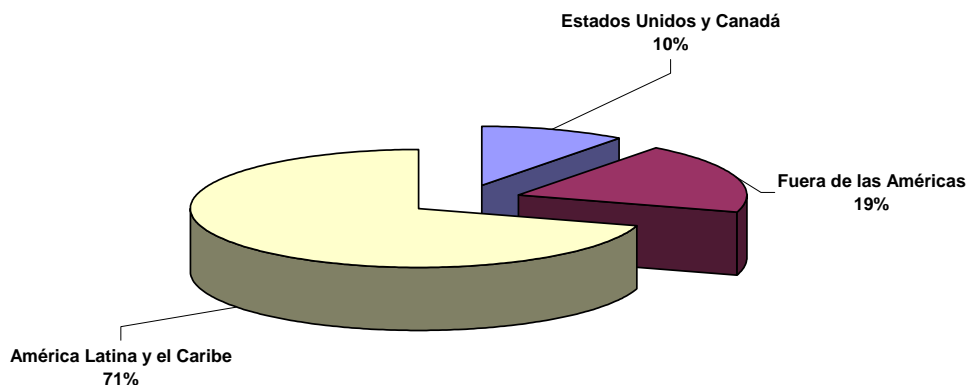
Según se desprende de las 1362 respuestas válidas obtenidas en los distintos puntos de encuesta (se constataron 60 respuestas no válidas o no contesta), los usuarios provienen de 83 países distintos de todo el mundo. Cinco países aportan más de la mitad de las respuestas válidas: México, Perú, Argentina, Colombia y los Estados Unidos concentran más del 52% de las respuestas válidas.

Cuadro 2
Los países con 20 o más respuestas

México	178	13.0%
Perú	173	12.7%
Argentina	171	12.5%
Colombia	100	7.3%
Estados Unidos	97	7.1%
Chile	77	5.7%
Venezuela	51	3.7%
Brasil	48	3.5%
Canadá	43	3.2%
España	37	2.7%
Ecuador	25	1.8%
Bolivia	23	1.7%
Cuba	22	1.6%
El Salvador	22	1.6%
India	21	1.5%
Reino Unido	20	1.4%

La mayoría de las respuestas proviene de las Américas, con un pequeño porcentaje de fuera de las Américas. En el total de 1362 respuestas válidas, el **81% son usuarios de países de las Américas y el 19% provienen de fuera de las Américas**. De las respuestas estudiadas, un total de 959 proviene de América Latina y el Caribe, 140 provienen de EUA y Canadá y 263 de otras latitudes.

Figura 1- Origen de las visitas / Región



- **Ocupación**

El 45% de los visitantes expresa ser estudiante de grado o posgrado, mientras que casi la mitad trabaja en una institución, declarando una inmensa variedad de áreas de trabajo y de estudio

Cuadro 3
La ocupación de los visitantes

Ocupación	Respuestas	Porcentaje
Estudiante de grado	274	19%
estudiante de posgrado	374	26%
trabaja, ejercicio libre de la profesión	193	14%
trabaja en una institución	699	49%

Nota: suma más de 100% porque se trata de una pregunta con opciones múltiples

- *Área de trabajo o estudio de los visitantes*

El área de trabajo o estudio fue una pregunta abierta. Esta técnica, si bien es adecuada para extraer información de tipo cualitativo, conlleva problemas para el análisis, debido a los criterios personales que cada usuario aplica, a la inevitable dispersión y a las diferencias de criterios de las respuestas, aún cuando se establezcan guías y orientaciones. En el caso de las respuestas recogidas, por ejemplo, un gran número de usuarios contestó “salud”, “salud pública” o “medicina” como su área de trabajo o estudio, respuestas de excesiva amplitud o generalidad, aún más comparadas con el grado de especificidad que otros usuarios eligieron. Aún así, pueden observarse algunas tendencias, como por ejemplo un alto porcentaje de usuarios que estudian o trabajan en áreas vinculadas a la salud mental y a la nutrición y alimentación. El cuadro 4 da cuenta de las áreas más mencionadas y con posibilidades de agrupación.

Cuadro 4 - Áreas de trabajo y estudio de los visitantes

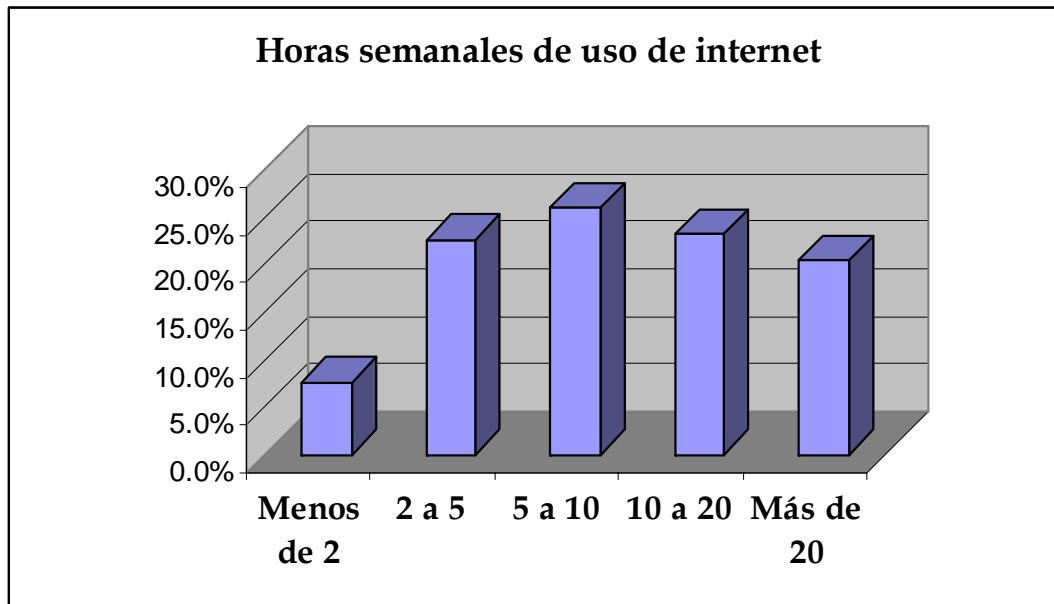
Área de trabajo o de estudio	Cantidad de respuestas
Salud mental, psicología, psiquiatría, neuropsiquiatría y neuropsicología	122
Medicina	82
Alimentación, nutrición, tecnología e inocuidad alimentaria, obesidad	64
Epidemiología, bioestadística, estadística	59
Salud pública	55
Enfermería	42
Salud	35
Docencia, educación	31
Salud dental, salud oral, odontología	29
Farmacología, química y laboratorio clínico, farmacia, bioquímica	25
Sociología, ciencias sociales, ciencia política	24
Pediatría, salud infantil	21
Salud sexual, salud reproductiva, ginecología	19
Administración de servicios de salud, administración hospitalaria	13
Adolescencia	13
Ambiente, agua potable, saneamiento, contaminación	13
Trabajo social	12
Promoción de la salud, medicina preventiva	11
Investigación, metodología de la investigación	11
Periodismo, comunicación	10
Gerontología, geriatría, adultos mayores	10
Salud comunitaria, salud colectiva, salud social	10
Derecho, derechos humanos, aspectos legales	9
Salud familiar	9
Educación para la salud	9
Enfermedades infecciosas	8
Terapia ocupacional, salud laboral y ocupacional	8
Demografía, población, planificación	8
Desastres naturales, preparación para emergencias	7
Otras áreas con menos menciones: informática, información electrónica; Violencia (contra la mujer, intrafamiliar) VIH/sida; Salud materno infantil; Zoonosis, salud veterinaria; Atención primaria; Inmunología, inmunización, vacunas; Biología; Género y salud; Medicina tropical; Violencia en el tránsito, seguridad vial	

3.2 Internet como fuente de información de los usuarios

Las encuestas en capítulos de libros y artículos enfatizaron las preguntas relacionados con la gestión de la información: fuentes de preferencia, uso de internet y hábitos en la gestión y adquisición de la información que necesitan.

La red internet es una fuente de referencia y herramienta de uso frecuente por parte de los usuarios encuestados. Solamente menos del 8% de quienes respondieron dan cuenta de un uso limitado (menos de dos horas por semana), con casi la mitad de los usuarios que informa usar internet más de 10 horas por semana. Más del 20% de los usuarios usa la Internet de forma muy preferencial, más de 20 horas semanales.

Figura 2
Horas semanales que los visitantes usan internet



La frecuencia de uso de la internet coincide con la consideración por parte de los usuarios de que la red es su principal fuente de información. Comparado con otras fuentes de información, más de la tercera parte de quienes respondieron obtienen en internet entre el 50 y 70% de la información que utilizan, y otra tercera parte obtiene entre el 30 y el 50%.

Cuadro 5
Porcentaje de la información que los usuarios obtienen de internet (comparado a otras fuentes)

Porcentaje de la información que obtienen en internet	Porcentaje de usuarios
Entre el 50 y el 70%	30.4%
Entre el 30 y el 50%	33.0%
Entre el 10 y 30%	21.1%
Prácticamente toda la información	8.8%
Un mínimo porcentaje de la información	6.7%

El tipo de información que los usuarios buscan en Internet es variada, predominando las investigaciones recientes en sus áreas de trabajo de o estudio, opción elegida por el 70% de los encuestados. La participación en foros de discusión es una opción poco popular, con solamente un 10% del total de respuestas.

La mayoría de los usuarios consultan distintas y variadas fuentes, 52%, mientras que el sitio de la OPS es la principal fuente de información para el 15% de los encuestados y el sitio de la OMS lo es para el 7%, con igual porcentaje que reconoce los portales y agregadores de información como su principal fuente. Un 8% de los encuestados informó tener un sitio específico como fuente principal de información y ante la solicitud de brindar el nombre de dicho sitio, los usuarios otorgaron la mayor cantidad de menciones a la Biblioteca Virtual en Salud (BVS), el buscador Google y PUB Medline.

En cuanto al tipo de información que los usuarios buscan en internet, la gran mayoría necesita de investigaciones recientes y prefiere el material a texto completo.

Cuadro 6
Tipo de información que los usuarios buscan en internet

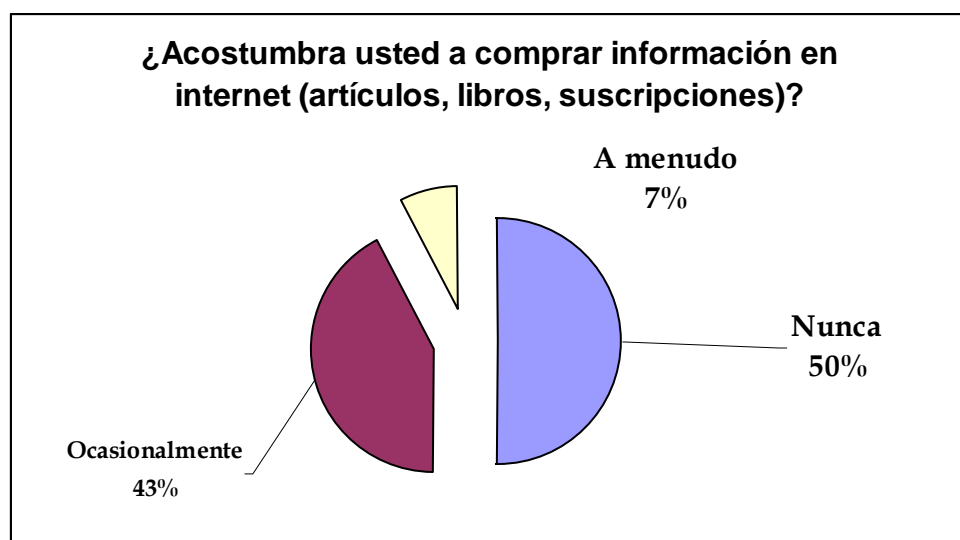
Tipo de información	Porcentaje de usuarios
Investigaciones recientes	70%
Biblioteca: material bibliográfico de texto completo	61%
Estadísticas actualizadas (salud, sociedad)	57%
Información de proyectos y ejemplos de buenas prácticas	47%
Participación en foros de discusión con colegas	10%
Otro tipo de información	8%

Nota: la encuesta permitía elegir una o más opciones, por lo que el porcentaje supera el 100%

El 8% de usuarios que indicó que busca otro tipo de información resaltó su necesidad de información, cursos y otras herramientas para su actualización profesional.

Los usuarios recurren frecuentemente a internet como fuente de información, aunque no acostumbran pagar por esa información. La mitad de los encuestados nunca compra información por internet (artículos, libros o suscripciones a material electrónico).

Figura 3. Prácticas de adquisición de información en internet



Los usuarios que compran en internet (a menudo u ocasionalmente) eligen esta vía fundamentalmente porque pueden conseguir información actualizada en menor tiempo. La seguridad de los envíos por internet es solamente reconocida por el 5% de los encuestados.

Cuadro 7
Razones por las que los usuarios compran información por internet

Razones	Porcentaje de usuarios
Es posible conseguir información actualizada en menor tiempo	31.0%
Es un sistema confiable y rápido	17.1%
Puedo utilizar la información con facilidad para preparar documentos	15.3%
Es más económico que otras fuentes	9.5%
Los envíos son seguros	5.6%

Entre otras razones por las que eligen comprar por internet, los usuarios mencionaron la comodidad, la falta de tiempo de hacer búsquedas de otro tipo, el costo-oportunidad y la mayor disponibilidad y oferta de información.

Más de la tercera parte de los usuarios que no usan internet para comprar información aluden falta de confianza a las transacciones en la red con tarjetas de crédito como motivo, mientras que el costo en sí de la información en internet es mencionado solamente por el 8.8% de los usuarios.

Cuadro 8
Razones por las que los usuarios no compran información por internet

Razones	Porcentaje de usuarios
Falta de confianza en las transacciones con tarjeta de crédito en internet	32.4%
Consigue la información que necesita de forma gratuita	22.7%
Prefiere adquirir información directamente en librerías	17.3%
Envíos costosos y trámites engorrosos	16.9%
Costos de la información en internet son muy altos	8.8%

Al mencionar otras razones por las que eligen no comprar por internet, los usuarios insisten en problemas con las tarjetas de crédito: no poseer tarjeta o haber tenido malas experiencias como fraudes en internet.

3.3 Cómo evalúan los usuarios la librería en línea

La encuesta para la evaluación de la librería en línea recogió un total de 404 respuestas: 274 en la librería en la versión en español de la librería y 130 en la versión en inglés. La encuesta se incluyó en la portada y en varias páginas de la librería y contenía una serie de preguntas que permitieran medir el alcance de la librería, así como capturar la opinión de los visitantes sobre sus servicios. En ambas versiones se usó como incentivo el ofrecimiento de que las primeras 100 respuestas participarían en un sorteo de una suscripción a la colección electrónica de la OPS, en caso que el usuario brindara voluntariamente su dirección de correo electrónico, a fin de hacerle llegar el resultado del sorteo. El incentivo funcionó especialmente bien en el caso de la librería en línea en español, habiendo menguado el flujo de respuestas a partir de la suspensión del incentivo.

A partir de las respuestas obtenidas se desprende que la librería en línea en español es mayoritariamente visitada por usuarios de América Latina. No obstante, la librería en inglés recibe también un número considerable de visitas desde distintos países de habla hispana y desde Brasil se elige la versión en inglés.

Cuadro 9
Origen de las respuestas recibidas en la Librería en línea
(porcentajes del total de respuestas)

Región	Librería en inglés Porcentaje en 130 encuestas respondidas	Librería en español Porcentaje en 274 encuestas respondidas
América Latina hispano- parlante	33.6%	93%
Brasil	11.5%	1%
España	1%	1%
Europa (excepto España)	4.1%	2%
Asia y Oceanía	13.1%	1%
África	13.1%	0%
Caribe no latino	2.5%	0%
Estados Unidos (incluye Puerto Rico) y Canadá	21.3%	2%

Vías de llegada: más de la mitad de los encuestados se enteró de la librería en línea a través del sitio de la OPS y casi un 20% se enteró a través del sitio de la OMS. Quienes informan haberse enterado por otra vía mencionan mayoritariamente el buscador Google, mientras que ningún usuario se había enterado de la librería en línea por conducto de un medio de prensa.

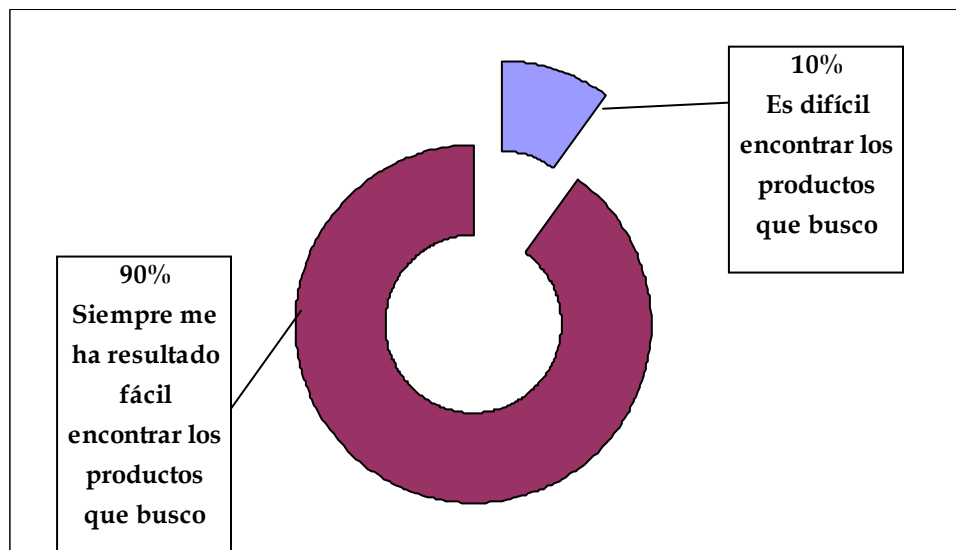
Cuadro 10. Cómo se enteró de la librería en línea de la OPS

A través del sitio de la OPS	52.1%
A través del sitio de la OMS	19.5%
Navegando en internet - de casualidad	15.0%
Sugerencia de un colega	5.5%
Otros	7.8%

Para más de la mitad (**56%**) de los encuestados -ambos idiomas- esta era su **primera visita a la librería** en línea y casi un 40% la había visitado anteriormente pero sin realizar compras. Solamente un 5% había comprado alguna vez productos en la librería.

La opinión de los servicios de la librería estará marcada por el hecho que más de la mitad de quienes respondían no los conocían por ser su primera visita. Entre los usuarios que anteriormente habían visitado la librería en línea se detectan valoraciones positivas sobre sus servicios.

Figura 4 - Navegabilidad: opinión de los servicios de la librería en línea



Ante el requerimiento de brindar la opinión sobre la posibilidad que ofrece la Librería en línea de leer de forma gratuita secciones de libros, los usuarios reconocen mayoritariamente no estar enterados del servicio, con un poco más del 20% que ha usufructuado del servicio anteriormente. Ningún usuario optó por la opción de que la lectura de secciones de forma gratuita no le había sido de utilidad.

Cuadro 11
Opinión sobre la posibilidad de leer una sección de un libro gratuitamente

No conocía esa posibilidad	61.2%
Ha leído anteriormente secciones gratuitas	22.1%
La lectura de capítulos gratuitos facilitó la decisión de compra	16.8%

Finalmente los usuarios reconocen mayoritariamente (más de las tres cuartas partes de los encuestados) la capacidad de búsquedas por temas y búsquedas avanzadas como un servicio muy útil, con altas calificaciones también para la información sobre la colección electrónica y sobre la *Revista Panamericana de Salud Pública*.

Cuadro 12
Opinión sobre las distintas secciones de la librería en línea

	Muy útil	Medianamente útil	No es útil
Búsquedas por temas y avanzadas	75.7%	9.7%	0.7%
Colección electrónica	64.4%	11.1%	1.2%
La Revista	58.7%	18.8%	0.5%
Noticias y novedades	50.7%	25.0%	0.2%
Reimpresiones y traducciones	43.3%	24.5%	3.2%
Enlaces	43.3%	24.5%	2.0%
Índice del sitio	44.8%	19.6%	1.0%
Centros Estratégicos de Publicaciones	39.1%	29.5%	4.2%
Reuniones y exhibiciones	27.5%	35.1%	5.4%
Sección de agentes de ventas	20.3%	35.1%	11.1%

Cerca de 200 usuarios completaron la opción de **presentar un comentario**. En algunos casos los comentarios son un mero agradecimiento y la aclaración de que por ser la primera visita aún no tienen formada una opinión sólida. De las opiniones recibidas se rescatan algunos ejemplos demostrativos, ya que el procesamiento estadístico no es adecuado para este tipo de información cualitativa.

1. Un grupo importante de usuarios, sin duda que la mayoría, presenta valoraciones sumamente positivas (y en casos felicitaciones efusivas) respecto a la librería en línea, como por ejemplo:
 - Este sitio es de suma utilidad para mi trabajo.*
 - Felicitaciones por este esfuerzo que nos actualiza.*
 - Tienen publicaciones de calidad, sigan así*
 - Es una página de gran ayuda.*
 - Appears to be an excellent resource*
2. Otro grupo presenta sugerencias o comentarios de tipo más crítico, como por ejemplo:
 - La información debería ser más asequible*
 - Deben mantener la información actualizada.*
 - Debería ser más accesible para profesores universitarios*
 - Please make subscriptions online easier*
 - Promocionen más sus servicios en las instituciones.*
 - Se debería dar más promoción a este sitio, es bueno*
 - Mejorar la clasificación, pues es difícil encontrar*
3. Un grupo de usuarios reclama acceso gratuito a la información y otra serie de beneficios:

Dar acceso gratuito a texto completo a los países pobres
Debería existir más software libre
Debería haber acceso a las publicaciones
Dar descuentos a estudiantes latinoamericanos
PAHO should give out free publications

4. Muchos usuarios expresan su reconocimiento por el hecho de ser consultados:
Excelente, esta encuesta ayudará mucho
Gracias por escuchar nuestros comentarios
Gracias por pensar en sus clientes
Gracias por solicitar la opinión de los usuarios

3.4 Cómo evalúan los usuarios los sitios electrónicos

La encuesta en los sitios electrónicos o Editorial OPS (www.paho.org/editorial) se aplicó solamente en la versión en español, no ofreciéndose ningún tipo de incentivo. Se recopilaron por esta técnica un total de 51 respuestas. Si bien la cantidad de respuestas imposibilita un análisis estadístico riguroso (se trata de una muestra muy limitada), las respuestas son analizadas de forma de generar utilidad para el futuro desarrollo de los sitios electrónicos.

Todas las respuestas recibidas son de usuarios de América Latina, salvo una respuesta de un usuario de España y otra de un usuario de los Estados Unidos. Los visitantes llegaron a la página mayoritariamente a través del sitio de la OPS

Cuadro 13
Cómo llegó a la página de la Editorial OPS

Vía de llegada	Cantidad de respuestas	Porcentaje
A través del sitio de la OPS	23	45.1%
A través de una búsqueda en Google u otro motor similar	11	21.6
Enlace en un sitio web	6	11.7%
Recomendación de un amigo o colega	6	11.7%
Otra vía	2	3.9%
No contestan	3	5.9%

De acuerdo a las respuestas obtenidas, más del 40% de los visitantes (22 en 51) visitó la página porque necesita información que está disponible en la página, mientras que

menores porcentajes visitan el sitio porque pueden encontrar información detallada y gratuita o porque quieren conocer el sitio. Solamente un visitante declara haber llegado de casualidad.

Casi el 55% de las respuestas indica que la página es ágil y su descarga es rápida y sencilla y el 47% consideran que tiene una buena presentación gráfica. El 16% (8 usuarios de 51) piensan que la página demora mucho en descargar y un pequeño porcentaje indica que la presentación gráfica no es buena.

Al ser interrogados sobre la utilidad de la información, 10 usuarios (20%) indica que es su primera visita y 18 usuarios (35%) considera la información sumamente útil y 9 usuarios la consideran medianamente útil y con necesidad de complementación. Ningún usuario marcó la opción de no haber encontrado información útil.

La mayoría de quienes respondieron la encuesta (41 en 51) brindaron comentarios sobre la página. Un grupo, al igual que en el caso de la librería en línea fue elogioso con la calidad y cobertura de la información contenida en la página. Un grupo importante, sin embargo, indicó la necesidad de información más actualizada, datos no actualizados o la invisibilidad de algunos temas (como salud reproductiva).

4. Principales hallazgos y conclusiones

- 4.1 El **retorno obtenido resulta sumamente alto** para el período de tiempo transcurrido. Se obtuvieron 1422 respuestas en apenas los cuatro meses que van entre agosto y diciembre de 2005 (promedio de 380 respuestas mensuales), cuando una investigación con una metodología similar recogió 2217 respuestas en tres años (2002-2005), con un promedio de 730 respuestas anuales/60 respuestas mensuales. Se comprueba un aumento de más de seis veces del retorno anterior. Esto se justificaría por la inclusión de las encuestas en más cantidad de puntos de recolección, por los incentivos ofrecidos (lectura gratuita y participación en sorteo de colección electrónica) y por una mayor penetración de internet en la Región.
- 4.2 **Cinco países (México, Perú, Argentina, Colombia y los Estados Unidos) aportan** más de la mitad de las respuestas recogidas. Se trata exactamente de los mismos cinco países que en estudios anteriores aportaron un gran número de respuestas y figuraron en la quintil superior de la lista. Se observa un cambio importante en relación a los países de origen/de residencia de los visitantes y usuarios: mientras en períodos anteriores el 92% de los usuarios provenía de las Américas y solamente el 8% de las respuestas provenía de fuera de las Américas, en esta medición **el 19% proviene de fuera de las Américas y el 81% de las Américas**. Se constata un crecimiento porcentual de los usuarios de otras partes del mundo y una disminución porcentual de los usuarios de las Américas.
- 4.3 El universo de usuarios da cuenta de **un uso frecuente de internet como herramienta** de trabajo y de apoyo en su búsqueda de información. Aún cuando no se trata de una muestra aleatoria ni tampoco representativa del conjunto de usuarios de la información de la OPS, y siendo un universo constituido con el sesgo que implica ser visitante/cliente de un servicio en línea, el uso de internet detectado constituye una importante variable a tener en cuenta en la provisión de productos de información. Cerca de la mitad de los usuarios usa internet por lo menos 10 horas por semana y una quinta parte lo usa más de 20 horas semanales, y la tercera parte de los usuarios obtiene entre un 50 y un 70% de su información de internet.
- 4.4 A juzgar en el universo de usuarios de la información de la OPS, la práctica de **comprar información por internet sigue siendo limitada**. Los comentarios y sugerencias para la distribución gratuita de información son también ejemplo de la misma cultura. Sin embargo se observa una tendencia ascendente a la disposición a la práctica de pagar por la información. En este estudio, la mitad de los usuarios compran ocasionalmente o a menudo información por internet, mientras que en anteriores estudios más del 75% se declaraba contrario a pagar por la información electrónica. Las prácticas limitadas parecen estar muy vinculadas al acceso y confianza a las transacciones con tarjeta de crédito.

- 4.5 **La página web de la OPS es la vía principal de llegada** y forma de enterarse tanto de los usuarios de la librería en línea como de los usuarios de los sitios electrónicos. Esto llama a privilegiar la difusión de los servicios de información de la OPS a través de su propia página web y a comprobar la necesidad de profundizar la diseminación por otras vías.
- 4.6 **Los servicios de información de la OPS** evaluados a través de la opinión de los usuarios, concretamente la librería en línea y los sitios electrónicos, **recogen opiniones muy favorables de sus usuarios**. La navegabilidad de la librería en línea o la utilidad de algunas de sus secciones (como las búsquedas) son altamente apreciadas por los usuarios.
- 4.7 Al mismo tiempo, **algunos servicios de la librería en línea no parecen ser suficientemente conocidos** por los usuarios y visitantes (por ejemplo la posibilidad de leer capítulos de libros de forma gratuita), lo que lleva a recomendar la importancia de hacerlos más visibles y promocionarlos más agresivamente.
- 4.8 **La cantidad de puntos de recolección de información y el otorgamiento de incentivos influye**, de forma concluyente, en el retorno que se obtiene. Las diferencias de encuestas recogidas en las secciones de libros, la librería en línea y en los sitios electrónicos (907, 404 y 51 encuestas, respectivamente) durante el mismo período de tiempo, se explica centralmente por estas dos razones. Las encuestas de secciones de libros se ubicaron en 21 puntos, todas con un incentivo claro: la lectura de información de forma gratuita. De la misma forma las encuestas en la librería en línea ofrecían la posibilidad de participar en un sorteo de suscripción a la colección electrónica.
- 4.9 La técnica de recolección de información mediante **encuestas en línea se prueba como viable, confiable y posibilita un** rápido procesamiento. Esto debe asegurarse con dispositivos cortos y ágiles y con una mínima inclusión de preguntas abiertas, privilegiando las preguntas cerradas que permiten procesamiento. La capacidad de publicación de encuestas en el web abre un potencial inmenso para la recolección permanente de información que de insumos tanto para el análisis de situación en cuanto a necesidades de información de los usuarios como para la evaluación de los productos de información de la OPS.
- 4.10 **Se recomienda continuar con la aplicación de esta metodología**, teniendo en cuenta los factores de éxito mencionados en puntos anteriores. Para una adecuada evaluación de los servicios, por ejemplo de los sitios electrónicos, se hace imprescindible asegurar un universo mayor de respuestas que validen los resultados y permitan sacar conclusiones con rigurosidad.

ANEXO 1



Estimado usuario de la información de la OPS:

Antes de leer el material seleccionado, le solicitamos nos brinde apenas 3 minutos de su tiempo para completar esta encuesta. Queremos saber de usted para poder brindarle mejores servicios. Luego de completar este breve formulario, usted accederá a la información solicitada. ¡Muchas gracias!

1.	País donde usted vive. Seleccione de la lista
----	---

2.	Ciudad donde usted vive
----	-------------------------

3.	¿Cuál es su ocupación?	
	Estudiante universitario de grado (nivel de licenciatura, bachiller o similar)	
	Estudiante de posgrado (maestría o doctorado)	
	Trabajo: ejercicio libre de mi profesión	
	Trabajo en una institución	
	Díganos su área de estudio o trabajo	_____
	Si usted trabaja en una institución, díganos el nombre de la misma	_____

4.	¿Cuántas horas por semana en promedio usa usted internet?	
	Menos de 2 horas semanales	
	De 2 a 5 horas semanales	
	De 5 a 10 horas semanales	
	De 10 a 20 horas semanales	
	Más de 20 horas semanales	

5.	¿Qué tipo de información sobre salud busca usted en internet?. Seleccione una o más opciones	
	Estadísticas actualizadas (salud, sociedad, etc)	
	Investigaciones recientes en mi área de trabajo	
	Información sobre proyectos y ejemplos de buenas prácticas	
	Participo en foros de discusión con colegas	
	Biblioteca: busco material bibliográfico de texto completo	
	Otro tipo de información. Especifique	_____

6.	¿Qué porcentaje de la información que usted utiliza la obtiene a través de internet, comparado con otras fuentes de información?	
	Un mínimo porcentaje de la información que uso la obtengo de internet (menos del 10%)	
	Entre el 10 y 30% de la información que uso la obtengo de internet	

6.	¿Qué porcentaje de la información que usted utiliza la obtiene a través de internet, comparado con otras fuentes de información?	
	<input type="checkbox"/>	Entre el 30% y 50% de la información que uso la obtengo de internet
	<input type="checkbox"/>	Entre el 50% y 70% de la información que utilizo la obtengo de internet
	<input type="checkbox"/>	Prácticamente toda la información que utilizo la obtengo de internet

7.	¿Cuál es su principal fuente de información en internet?	
	<input type="checkbox"/>	El sitio web de la OPS
	<input type="checkbox"/>	El sitio web de la OMS
	<input type="checkbox"/>	Sitios especializados
	<input type="checkbox"/>	Consulta distintas y variadas fuentes
	<input type="checkbox"/>	Utilizo portales y agregadores de información
	<input type="checkbox"/>	Visito muy a menudo este sitio (díganos el nombre del sitio) _____

8.	¿Acostumbra usted a comprar información por internet (artículos, libros, suscripciones)?	
	<input type="checkbox"/>	Nunca
	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente
	<input type="checkbox"/>	A menudo

9.	¿Cuáles son las razones por las que usted usa internet para comprar información?	
	<input type="checkbox"/>	Es un sistema confiable y rápido
	<input type="checkbox"/>	Los envíos son seguros
	<input type="checkbox"/>	Es posible conseguir información actualizada en menor tiempo
	<input type="checkbox"/>	Es más económico que otras fuentes
	<input type="checkbox"/>	Puedo utilizar la información con mayor facilidad para preparar documentos
	<input type="checkbox"/>	Otra razón, especifique _____

10.	¿Cuáles son las razones por las que <u>no usa internet</u> para adquirir información?	
	<input type="checkbox"/>	No confío en transacciones con tarjeta de crédito en internet
	<input type="checkbox"/>	Los envíos a mi país son costosos y los trámites engorrosos
	<input type="checkbox"/>	Prefiero adquirir información directamente en librerías o similares
	<input type="checkbox"/>	Los costos de la información en internet son muy altos
	<input type="checkbox"/>	Consigo la información que necesito de forma gratuita
	<input type="checkbox"/>	Otra razón, especifique _____

¡Nuevamente muchas gracias por su tiempo!

Dear user of PAHO information

Before you read the material you selected, please take a moment to answer this brief survey. You will be allowed to download the information as soon as you have responded to these questions. Thank you!

1. Your country of residence. Select from the list

2. City

3.	Your occupation	
	<input type="checkbox"/>	Undergraduate University student
	<input type="checkbox"/>	Graduate Student (Master candidate or PhD candidate or similar)
	<input type="checkbox"/>	Self employed
	<input type="checkbox"/>	I work in an institution
	<input type="checkbox"/>	My area of study or work is: _____
	<input type="checkbox"/>	If you work in an institution , tell us the name _____

4.	How many hours per week do you use the internet?	
	<input type="checkbox"/>	Less than 2 hours per week
	<input type="checkbox"/>	Between 2 and 5 hours per week
	<input type="checkbox"/>	Between 5 and 10 hours per week
	<input type="checkbox"/>	Between 10 and 20 hours per week
	<input type="checkbox"/>	More than 20 hours per week

5.	What kind of health information do you search in the internet? Select one or more options	
	<input type="checkbox"/>	Update statistics (health, social issues, etc)
	<input type="checkbox"/>	Recent research works related to my area of work or study
	<input type="checkbox"/>	Information about projects and examples of good practices
	<input type="checkbox"/>	I participate in discussion forums with colleagues
	<input type="checkbox"/>	Library: I search full text bibliographical material
	<input type="checkbox"/>	Other information. Please specify _____

6.	Compared to other sources, what percentage of the information you use do you get via the Internet?	
	<input type="checkbox"/>	I get from the internet only a very small percententaje of the information I use
	<input type="checkbox"/>	I get from the internet between 10% and 30% of the information I use
	<input type="checkbox"/>	I get from the internet between 30% and 50% of the information I use
	<input type="checkbox"/>	I get from the internet between 50% and 70% of the information I use
	<input type="checkbox"/>	I get from the internet most of the information I use

7.	Which is your main information source at the internet?	
	<input type="checkbox"/>	PAHO website

7.	Which is your main information source at the internet?	
	<input type="checkbox"/>	WHO website
	<input type="checkbox"/>	Specializes websites
	<input type="checkbox"/>	I consult diverse and various sources
	<input type="checkbox"/>	I visit portals and information aggregators
	<input type="checkbox"/>	I often visit this site (provide the name of the site) _____

8.	Do you usually buy information via the internet (articles, books, suscriptions, full text publications)?	
	<input type="checkbox"/>	Never
	<input type="checkbox"/>	Occasionally, very rarely
	<input type="checkbox"/>	Often or very often

9.	Which are the reasons why you use the internet to buy information?	
	<input type="checkbox"/>	It is a reliable and a speedy system
	<input type="checkbox"/>	Delivery is safe and secure
	<input type="checkbox"/>	It is possible to access update information in less time
	<input type="checkbox"/>	It is cheaper than other sourcers
	<input type="checkbox"/>	I can easier use the information to prepare documents
	<input type="checkbox"/>	Other reason. Specify _____

10.	Which are the reasons why you do not buy information via the internet?	
	<input type="checkbox"/>	I do not trust credit card transactions over the internet
	<input type="checkbox"/>	Shipping costs are expensive and customs paperwork are complex and difficult
	<input type="checkbox"/>	I prefer to buy directly in bookstores
	<input type="checkbox"/>	Information via the internet is very expensive
	<input type="checkbox"/>	I get the information I need for free
	<input type="checkbox"/>	Other reason. Specify _____

Once again, thank you for your time!

Dear visitor to the PAHO Online Bookstore:

We request barely 2 minutes of your time to answer this brief survey. We will raffle 5 suscriptions to the PAHO Electronic Collection among the first 100 respondents. If you want to participate in the raffle, please include your email address in the first question.

Thank you!

1.	Email address	_____
----	---------------	-------

2.	Country of residence. Please select from the list	
----	---	--

3.	City	
----	------	--

4.	Your occupation	
	Undergraduate University Student	
	Graduate Student (Master Candidate of PhD Candidate)	
	Self employed	
	I work in an institution	
	My area of study or work is:	_____
	If you work in an institution , tell us the name	_____

5.	How did you learn about PAHO Online Bookstore?	
	Through the PAHO web site	
	Through the WHO web site	
	It was suggested by a colleague	
	I was surfing on the internet	
	Through another web site. Tell us which one	_____
	Through the media. Tell us the source	_____
	Through a listserv. Tell us which one	_____
	Through an Electronic Newsletter. Tell us the name	_____
	Another channel. Please specify	_____

6.	Are you a regular visitor or customer of our Online Bookstore?	
	This is my first visit to the PAHO Online Bookstore	
	I have visited the PAHO Online Bookstore before but I have never bought products	
	I have bought once in previous visits to the PAHO Online Bookstore	
	I have bought twice in previous visits to the PAHO Online Bookstore	
	I have bought more than 3 times in previous visits to the PAHO Online Bookstore	

7.	Tell us your opinion about our services	
	This is my first visit to the PAHO Online Bookstore and I do not have an opinion yet	
	It has always been very easy to locate products in the PAHO Online Bookstore	
	It is very difficult to find products in the PAHO Online	_____

7.	Tell us your opinion about our services	
	Bookstore. Tell us why	

8.	What do you think the possibility we grant our customers to read a free chapter of our books? (Check one or several options)	
	I did not know I could read free chapters of a book in the PAHO Online Bookstore	
	I have previously read free chapters of PAHO books	
	To read the free chapters has helped me to make my decision	
	To read free chapters is not useful. Tell us why	_____

9.	Tell us your opinion about the usefulness of the sections of the PAHO Online Bookstore			
		Very useful	Average useful	Not useful
	Search by topics and Advanced Search			
	Latest News			
	The Journal			
	Booksellers			
	PAHO Publication Centers			
	Meetings and Exhibits			
	Reprints and Translations			
	Links to other sites			
	PAHO Electronic Collection			
	Site index			

10.	Do you want to make any comments or suggestions?	

Once again: Thank you for your time!

Estimado y estimada visitante a nuestra librería en línea:

Le solicitamos apenas dos minutos de su valioso tiempo para contestar esta breve encuesta. Las primeras 100 respuestas participarán de una rifa de cinco suscripciones a la colección electrónica de la OPS. Si quiere participar en la rifa incluya su correo electrónico en la primera pregunta. ¡Muchas gracias!

1. Correo electrónico _____

2. País donde usted vive. Seleccione de la lista

3. Ciudad donde usted vive

4.	¿Cuál es su ocupación?	
	Estudiante universitario de grado (nivel de licenciatura, bachiller o similar)	
	Estudiante de posgrado (maestría o doctorado)	
	Trabajo: ejercicio libre de mi profesión	
	Trabajo en una institución	
	Díganos su área de estudio o trabajo	_____
	Si usted trabaja en una institución , díganos el nombre de la misma	_____

5.	¿Cómo se enteró usted de la Librería en línea de la OPS?	
	A través del sitio web de la OPS	
	A través del sitio web de la OMS	
	Sugerencia de un colega	
	Navegando en internet (la encontré por casualidad)	
	A través de este sitio web. Indique qué sitio	_____
	A través de una nota de prensa. Especifique medio y país	_____
	A través de un listserv. Indique cuál	_____
	A través de un Boletín electrónico. Indique cuál	_____
	Otra forma. Indique cuál	_____

6.	¿Visita usted con frecuencia o es cliente de nuestra Librería en línea?	
	Esta es mi primera visita a la Librería en línea de la OPS	
	He visitado la librería en línea con anterioridad pero no he comprado publicaciones	
	He comprado solamente una vez	
	He comprado dos veces anteriormente	
	He comprado más de 3 veces	

7.	¿Cuál es su opinión sobre nuestros servicios?	
	Esta es mi primera visita a la librería en línea y no puedo opinar aún	
	Siempre me ha sido muy fácil encontrar los productos que buscaba	
	Es muy difícil encontrar los productos que busco. Díganos por	_____

7.	¿Cuál es su opinión sobre nuestros servicios?	
	qué	

8.	¿Qué opina de la posibilidad que ofrecemos de leer gratuitamente una sección de nuestros libros? (Marque una o varias opciones)	
	No sabía que era posible leer gratuitamente una sección de las publicaciones	
	He leído secciones gratuitas en anteriores oportunidades	
	La lectura de los capítulos gratuitos ha facilitado mi decisión de compra	
	La lectura de secciones gratuitas no es de utilidad. ¿Por qué?	_____

9.	Díganos que sección de la librería en línea le parece de mayor utilidad			
		Muy útil	Medianamente útil	No es útil
	Búsquedas por temas y búsquedas avanzadas			
	Noticias y novedades			
	La Revista			
	Sección de agentes de ventas			
	Centros Estratégicos de publicaciones			
	Reuniones y exhibiciones			
	Reimpresiones y traducciones			
	Enlaces			
	Colección electrónica			
	Índice del sitio			

10.	¿Quiere hacernos llegar algún comentario?	

¡Nuevamente muchas gracias por su tiempo!

Estimado y estimada visitante a la Editorial OPS:

Le solicitamos nos brinde apenas 3 minutos de su tiempo para completar esta breve encuesta. Su opinión es muy importante para la Editorial OPS y nos ayudará a mejorar nuestros servicios. Desde ya ¡muchas gracias!

1.	País donde usted vive. Seleccione de la lista
----	---

2.	Ciudad donde usted vive
----	-------------------------

3.	¿Cuál es su ocupación?	
	<input type="checkbox"/>	Estudiante universitario de grado (nivel de licenciatura, bachiller o similar)
	<input type="checkbox"/>	Estudiante de posgrado (maestría o doctorado)
	<input type="checkbox"/>	Trabajo: ejercicio libre de mi profesión
	<input type="checkbox"/>	Trabajo en una institución
	<input type="checkbox"/>	Díganos su área de estudio o trabajo _____
	<input type="checkbox"/>	Si usted trabaja en una institución , díganos el nombre de la misma _____

4.	¿Cómo llegó usted a nuestra página?	
	<input type="radio"/>	A través del sitio de la OPS
	<input type="radio"/>	A través de una búsqueda en Google, Yahoo u otro motor de búsqueda (search engine)
	<input type="radio"/>	Recomendación de un amigo o colega
	<input type="radio"/>	Enlace en un sitio web
	<input type="radio"/>	Otra vía, especifique _____

5.	¿Qué lo llevó a visitar la Editorial OPS?	
	<input type="radio"/>	Necesito información que está disponible en esta página
	<input type="radio"/>	Llegué de casualidad
	<input type="radio"/>	Porque puedo encontrar información detallada y gratuita
	<input type="radio"/>	Quiero conocer el sitio
	<input type="radio"/>	Otra razón, especifique _____

6.	Díganos su opinión de nuestra página (marque tantas opciones como considere adecuado)	
	<input type="checkbox"/>	La página toma mucho tiempo en descargar
	<input type="checkbox"/>	La página es ágil y su descarga es rápida y sencilla
	<input type="checkbox"/>	La página tiene una buena presentación gráfica
	<input type="checkbox"/>	La presentación gráfica no es buena
	<input type="checkbox"/>	¿Quiere comentar sobre este tema?

7.	¿Es útil la información que le brindamos?	
	<input type="radio"/>	La información de esta página es sumamente útil
	<input type="radio"/>	Medianamente útil, es necesario complementarla
	<input type="radio"/>	No he encontrado información útil
	<input type="radio"/>	Es mi primera visita y no tengo aún opinión

8.	¿Quiere hacernos alguna sugerencia o comentario?	

¡Nuevamente muchas gracias por su tiempo!